

Rezension: Maya Götz (Hrsg.) (2013): Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen. Geschlechterspezifische Studien zum Kinderfernsehen

Ackermann, Judith

Veröffentlichungsversion / Published Version

Rezension / review

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

Verlag Barbara Budrich

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Ackermann, J. (2014). Rezension: Maya Götz (Hrsg.) (2013): Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen. Geschlechterspezifische Studien zum Kinderfernsehen. [Rezension des Buches *Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen: geschlechterspezifische Studien zum Kinderfernsehen*, hrsg. von M. Götz]. *Diskurs Kindheits- und Jugendforschung / Discourse. Journal of Childhood and Adolescence Research*, 9(2), 254-255. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-404642>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-SA Lizenz (Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-SA Licence (Attribution-ShareAlike). For more information see: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>

Maya Götz (Hrsg.) (2013): Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen. Geschlechterspezifische Studien zum Kinderfernsehen

Rezension von *Judith Ackermann*

Fernsehfiguren spielen im Alltag von Heranwachsenden eine große Rolle, ist doch das Fernsehen im Medienvergleich mit Abstand das meistgenutzte Medium der Kinder zwischen 6 und 13 Jahren und das Gerät, auf das sie am wenigsten verzichten möchten (s. regelmäßige Erhebungen der KIM-Studien). In Bezug auf das Kinderfernsehen lässt sich die Kategorie „Geschlecht“ als zentral bezeichnen, da die auftauchenden Held/-innen „(fast) immer als Mädchen- oder Jungen, Mann- oder Frau-Figur erzählt“ (S.12) werden. Auf diese Weise werden sie – so eine der Grundannahmen des Sammelbandes – zu Repräsentant/-innen eines allgemein akzeptierten Mann- und Frauseins, denen sich Kinder zwar „nicht eins zu eins anpassen, mit denen sie aber agieren und die in ihre inneren Bilder eingehen“ (ebd.).

Der von *Maya Götz* herausgegebene Sammelband präsentiert Ergebnisse miteinander verbundener Studien aus zehnjähriger Forschungsarbeit im Bereich „Gender“ und „Fernsehlieblingsfiguren von Mädchen und Jungen“ des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI). Untergliedert ist er entsprechend des methodischen Vorgehens und der variierenden Fragestellungen in fünf Teile.

Im ersten Teil stehen medienanalytische Studien im Vordergrund, die sich dem fiktionalen Programmangebot im Kinderfernsehen von 24 Ländern widmen. Dazu wird mit einem Überblick über die allgemeinen Kennzeichen des internationalen Kinderfernsehens begonnen (*Götz*, S. 27ff.). 26.342 Hauptfiguren aus fiktionalen Sendungen wurden mit Blick auf die Genderrepräsentation untersucht und weltweit eine deutliche Dominanz von Männerfiguren festgestellt (durchschnittlich 68 zu 32%, wobei die Ergebnisse für die Einzelländer von 58 zu 42% in Norwegen bis hin zu 81 zu 19% in Argentinien variieren, S. 38). Zusätzlich werden Informationen zur narrativen Einbindung der Figuren, zu Alter und Aussehen der menschlichen Hauptcharaktere und zur Stereotypisierung durch Merkmalskombinationen gegeben. Die nachfolgenden Artikel des Kapitels konzentrieren sich auf die narrative Inszenierung von Mädchen und Jungen im Kinderfernsehen (*Götz*, S. 155ff.), die Sexualisierung von Mädchen in Animationsserien (*Prinsloo*, S. 79ff.; *Spry*, S.

Maya Götz (Hrsg.) (2013): Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen. Geschlechterspezifische Studien zum Kinderfernsehen. – München: kopaed, 880 Seiten, ISBN: 978-3-86736-285-6.

121ff., in ähnlicher Richtung auch *Götz/Herche*, S. 63ff.) und das im Kinderfernsehen vermittelte Familienbild (*Lemish*, S. 139ff.). Zusätzlich werden Werbung und Konsumorientierung thematisiert (*Dalison*, S. 93ff; *Chan*, S. 111ff.).

Der zweite Teil präsentiert qualitative Studien zur Aneignung des entsprechenden Fernsehmaterials durch Kinder im Alter von 8 bis 11 Jahren, der sich anschließende dritte Teil stellt Studien vor, die sich auf Nutzer/-innen im Alter von 14 und 15 Jahren konzentrieren. Ergänzt werden die Ausführungen durch repräsentative Studien und Formatanalysen zu Lieblingsfiguren der Kinder (Teil vier). Diese wurden standardisiert in drei Wellen über drei Jahre hinweg erhoben (*Götz/Scherr*, S. 550ff.). Zusätzlich wurde ein standardisiertes Verfahren zur Messung des Gebrauchswerts einer Figur entwickelt (*Götz*, S. 575ff.). Ergänzend wurde mit ethnographisch orientierten Methoden, Einzelinterviews, Gruppengesprächen, schriftlicher Befragung und Onlinefragebögen die Attraktivität von im Zeitraum der Studien erfolgreicher Formate untersucht. Zu finden sind Besprechungen von Hannah Montana (*Götz/Bulla*, S. 672ff.), Prinzessin Lillifee (*Götz/Cada*, S. 679ff.), Avatar – Der Herr der Elemente (*Götz/Unterstell*, S. 645ff.), SpongeBob Schwammkopf (*Götz*, S. 619ff.) und High School Musical (*Bulla*, S. 703ff.).

Teil fünf rundet die Betrachtung ab, indem er die Perspektive der Medienmacher/-innen einbringt. Präsentiert werden Ergebnisse aus Gesprächen mit Fernsehverantwortlichen aus dem Kinderbereich zu den Themen Qualität von TV- und Filmfiguren und deren Auswirkungen auf Kinder sowie eine internationale Befragung zum Genderverständnis. Ein besonderes Highlight ist die Vorstellung einer Studie, in der 1000 Kinder aus 21 Ländern gebeten wurden, Bildbriefe für Fernsehproduzent/-innen zu entwerfen, um auf Elemente der Mädchen- bzw. Jungendarstellung im Kinderfernsehen hinzuweisen, die sie stören (*Götz/Herche*, S. 803ff.). Auf diese Weise greift der Sammelband die Tatsache auf, dass Untersuchungen zum Kinderfernsehen in der Regel von Erwachsenen getätigt werden. Dabei machen die Ergebnisse deutlich, „wie sehr Mädchen und Jungen als kritische Zuschauer unterschätzt [...]“ werden und dass sie, „[w]enn ihnen Raum zur Fernsehkritik geboten wird [...] in der Lage [sind] Klischees und Geschlechterverhältnisse zu benennen“ (S. 817).

In dem sich anschließenden Schlussteil fasst *Götz* nochmals die wichtigsten Erkenntnisse aus den einzelnen Bereichen zusammen, gibt Ansatzmöglichkeiten für die Entwicklung eines geschlechtergerechten Kinderprogramms, weist gleichzeitig aber auch auf die an vielen Stellen noch wirkenden Hindernisse hin. Überschriften ist dieser Teil mit dem Titel „Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen – und warum sich (fast) nichts ändern wird“, denn, so bemerkt *Götz* bereits in der Einleitung, „ohne ein drängendes und auch gelegentlich unbequemes Einfordern der Umsetzung von mehr Geschlechtergerechtigkeit und einer gezielten Förderung von Mädchen und Jungen durch die Erweiterung von Klischees wird es im Kinderfernsehen nur bedingt Qualitätsverbesserungen geben“ (S. 15).

Obwohl der Sammelband mit seinen knapp 900 Seiten kaum als handlich bezeichnet werden kann, ist er durch seine klare Struktur und die angenehme Aufteilung der Einzelinformationen sehr gut lesbar. Durch den modularen Aufbau und die Tatsache, dass alle Einzelblöcke durch die Herausgeberin gerahmt und in den Gesamtzusammenhang der Untersuchungen eingeordnet werden, ist eine lineare Lektüre keineswegs zwingend erforderlich. Stattdessen empfiehlt sich das Werk für das gezielte Aufsuchen von Einzelinformationen ebenso wie für das entdeckende Flanieren in den Teilbereichen des Themenkomplexes.